

مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر تهران (ماتریس فرهنگی)

جلد دوم

سید محمد هادی ایازی، رئیس همایش
علی اصغر محکی، دبیر همایش
سید رضا صالحی امیری، دبیر علمی همایش



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی
اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی

به نام آن که جان را فکرت آموخت چراغ دل به نور جان برافروخت

سرشناسه :	همایش علمی مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر تهران
عنوان و نام پدیدآور :	همایش علمی مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر تهران: مانریس فرهنگی ۱/۲
مشخصات نشر :	تهران: نیلا، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری :	۶۱۸ ص؛ جدول؛ نمودار؛ ۲۱/۷×۱۴/۵
فروست :	مدیریت؛ ۲
فروست :	نگاشت شهر؛ ۲۸
شابک :	۲۰۰۰۰ ریال؛ ۹-۲۹-۶۶۶۲-۶۰۰-۹۷۸؛ دوره؛ ۲-۲۸-۶۶۶۲-۶۰۰-۹۷۸؛ جلد دوم
وضعیت فهرست‌نویسی :	فیبیا
عنوان دیگر :	مانریس فرهنگی ۲
موضوع :	معاونت اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران
موضوع :	شهرداری تهران - برنامه‌های فرهنگی
موضوع :	مدیریت فرهنگی - ایران - تهران - برنامه‌ریزی
موضوع :	سیاست فرهنگی - ایران - تهران - برنامه‌ریزی
موضوع :	برنامه‌ریزی استراتژیک - ایران - تهران
شناسه افزوده :	ایپازی، سیدمحمدهادی، ۱۳۴۱- ، رئیس همایش
شناسه افزوده :	محکی، علی‌اصغر، ۱۳۴۲- ، دبیر همایش
شناسه افزوده :	صالحی امیری، سیدرضا، ۱۳۴۰- ، دبیر علمی همایش
شناسه افزوده :	بهلول، سیدمحمدرضا، ۱۳۵۳- ، مدیر اجرایی همایش
شناسه افزوده :	شهرداری تهران؛ معاونت امور اجتماعی و فرهنگی؛ اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی
رده‌بندی کنگره :	الف ۱۳۹۱ ۶۲۱ HM
رده‌بندی دیویی :	۳۰۶
شماره کتابشناسی ملی :	۳۰۶۶۳۲۲

مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر تهران (ماتریس فرهنگی)

جلد دوم

چاپ اول، زمستان ۱۳۹۱

شماره نشر: ۳۱

صفحه‌آرایی: کارگاه ساغر مهر

ویراستاران: زینب معصومی‌زاده، معصومه قنبرپور، مهری تنی‌پور

طراحی جلد: نرجس علیرضا زاده

لیتوگرافی: کارا

چاپ: دالاهو

صحافی: تاجیک

ناظر فنی چاپ: مصطفی شریفی

همکاران اجرایی و علمی: سعید شریفی، سید محمدرضا بهلول، عبدالحسین ضمیری

تعداد: ۶۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان، قیمت دوره: ۶۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۶۲-۲۸-۲، شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۶۲-۲۹-۹

همه حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است

استفاده از مطالب با ذکر منبع بلااشکال است



انتشارات تپسا

تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیرالاسلام، پلاک ۶، واحد ۳، تلفن: ۳۳۹۹۴۲۳، ۳۳۹۹۲۴۷۰

www.Teesa.ir

iTeesa@mail.com

اعضای کمیته علمی

مرتضی طلایی	دکتر ناصر اقبالی
زهرا علاف بهبهانی	حجت الاسلام سید رضا اکرمی
دکتر حسن عماری	شهرود امیرانجایی
دکتر محمد فاضلی	دکتر سید رضا صالحی امیری
دکتر عباسعلی قیومی	دکتر سید محمدهادی ایازی
دکتر مسعود کوثری	دکتر فاطمه براتلو
دکتر علی اصغر محکی	محمد حسین بوچانی
سوده مرتجایی	مهندس سید محمد بهشتی
احمد مسجدجامعی	سید محمدرضا بهلول
سید رضا مصطفوی	دکتر کاوه تیمورنژاد
دکتر محمد مهدی مظاهری	دکتر ابراهیم حاجیانی
دکتر مصطفی ملایی	دکتر علی ربیعی
دکتر مهرداد نوابخش	دکتر علی اکبر رضایی
دکتر محمد باقر نویخت	دکتر محمد سلطانی فر
دکتر هاشم نیکومرام	احمد شاهانی
	سعید شریفی
	دکتر رحمت الله صدیق سروستانی
	عبدالحسین ضمیری
	محمدرضا طالبی نژاد

فهرست

- پیشگفتار ۹
- مقدمه ۱۳
- فرهنگ؛ سنگ بنای شهرهای جهانی ۱۷
- احمد مسجدجامعی
- جایگاه هویت نظام بصری تهران قدیم و کاربرد آن در دوره معاصر ۳۱
- فاطمه مهین فر، دکتر حسن بلخاری نهی
- رویکرد نظری مدیریت استراتژیک فرهنگی مجموعه شهری تهران ۷۷
- دکتر اصغر مهاجری، فاطمه ملک محمندی
- جامعه‌شناسی نامخاطبان برنامه‌های فرهنگی شهری ۱۰۷
- ناصرالدین غراب
- ارزیابی بخش‌های سیاست‌گذار و برنامه‌ریز فرهنگی شهرداری تهران و ارتباط با نهادهای
فرابخش ۱۳۳
- دکتر حسن عماري، رایحه رضایی
- نقش فرهنگ سازمانی بر کیفیت اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها مطالعه موردی مراکز
پژوهشی دینی استان قم ۱۶۳
- دکتر سیدرضا صالحی امیری، دکتر علی باقی نصرآبادی، دکتر جعفر رحمانی
- ریافت‌های شهرداری تهران در حوزه سلامت شهری و آینده پیش رو ۱۹۵
- دکتر بهزاد دمازی، فاطمه حاج نقی‌زاده
- مدیریت استراتژیک فرهنگی از منظر نیازسنجی فرهنگی ۲۲۹
- هوشنگ ظهیری
- مبانی نظری توسعه فرهنگی شهرها ۲۶۷

سعید شفیع کمال آباد

بررسی عملکرد شهرداری در تحول و توسعه فرهنگی شهر تهران پس از انقلاب اسلامی ۳۰۵

ناصر پوررضا کریم سرا

از فلسفه فرهنگ تا سیاست گذاری فرهنگی؛ مطالعه‌ای بر اساس انسان‌شناسی شناختی ۳۳۵

میلاد حاجی پروانه

ظرفیت‌های اقتصاد فرهنگ و راهبردهای تحقق آن در شهر تهران ۳۵۹

سید ابراهیم ریاضی

ارائه و ارزیابی فرایند فرهنگی جلب مشارکت مردم در طرح‌های شهری محله پشت‌باغ

شهر یزد ۳۹۳

مجتبی شریف‌نژاد، زهرا برزگر بیوکی

اکوسیستم خلاق و پویا اقتصاد فرهنگی ۴۱۷

حافظ مهدنژاد، حسن اشتری، محمدجواد حسینی

ارزیابی فرهنگی پروژه‌های توسعه شهری شهرداری تهران مطالعه موردی پروژه تونل

توحید ۴۴۳

پردیس حیدری، سعید صغیران دباغ، حدیث حیدری

تحلیل و سنجش استراتژی فرهنگی کنونی در شهرها و طرح‌ریزی استراتژی نوین

فرهنگی مبتنی بر نوآوری ۴۷۷

آرش واقف کودهی، مریم واقف کودهی، زینب قلی‌زاده

جایگاه و تأثیر کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی در توسعه فرهنگی ۴۹۵

رضا تاج‌آبادی، محمد رحیمی، سمیه شعبانی

مدیریت مشارکتی و فرهنگ مشارکت در سازمان‌های محلی مورد شهرداری منطقه ۵۶۹۴

احسان منصوریان، سیدمهدی حسینی، محرم علی آل‌عمران

بررسی عوامل مؤثر بر تغییر آداب زندگی نوجوانان و جوانان و راهکارهای ترویج سبک

زندگی اسلامی - ایرانی مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۲۲ شهر تهران، محله گلستان

غربی ۵۹۳

نیلوفر سودمند، علیرضا صفایی محمدیه

پیشگفتار

شهر، این محصول بشری، مجموعه‌ای از «کالبد و اجتماع» را دربرمی‌گیرد و علم القاعده باید جهت‌گیری آن در راستای دستیابی به «کمال انسانیت و جمال حیات طیبه» باشد؛ چراکه شهر، تجلی‌گاه مناسبات و عرصه تولید اجتماعی است. اساس پیدایش شهر و گسترش شهرنشینی در دنیای امروز، بر مبنای همکاری و تعامل نیروهای اجتماعی ساکن در آن برای پاسخگویی بهتر به نیازهای مشترک است. تعمق در سیره پر فرازونشیب شهرها بیانگر آن است که متأسفانه شهر یک محیط صرف جغرافیایی دانسته می‌شود که تنها جمعیتی در آن زیست می‌کنند، نه یک «سازه اجتماعی» و بستری «پویا و زنده برای تعالی انسان‌ها» در درون آن؛ قطعاً «تالی» چنین نگاهی، نه انسان‌های درون شهر را ملقب به «شهرنشین» خواهد کرد و نه «شهروند» را دارای «هویت»، «روح و روان» و «کرامت».

در نگاه مدیریت جهادی، «کالبد شهر» و «ساختار شهروندی» هماهنگ و هم‌پوشان با یکدیگر به سمت پیشرفت همراه با عدالت حرکت می‌کنند و اگر برخی کلان‌شهرها امروزه با تراکم معضلات اجتماعی - که فرساینده کالبد شهر و ساحت شهروندی هستند - شناخته می‌شوند، دلیل آن چیزی جز غفلت از جنبه‌های اجتماعی در فضای

زیست‌شهری نیست. به همین دلیل، بنده بارها تأکید کرده‌ام که در ساختار مدیریت شهری باید درباره سازگار نمودن «تغییرات تکنولوژیک» با «تغییرات اجتماعی» دغدغه دائمی داشت؛ چراکه هیچ توسعه و رشد کالبدی در شهر پذیرفته نیست مگر اینکه از قبل، درباره ابعاد و آثار فرهنگی و اجتماعی آن فکر شده باشد و این مهم‌ترین بایسته کارکردی ماتریس فرهنگی برای کلان‌شهر تهران است.

همچنین باید توجه کرد مدیریت فرهنگی ساکن و بی‌تحرك در شهر که رویکرد همزمانی «تغییرات تکنولوژیک» با «تغییرات اجتماعی» را در نظر نگیرد، نمی‌تواند دوام داشته باشد. موج تغییرات اجتماعی یا آن را غرق می‌کند و یا کشتی نهاد یا سازمان، در گل تعارض‌های فرهنگی، ناهنجاری‌های اجتماعی و حاشیه‌های سیاسی فرورفته باقی می‌ماند و نمی‌تواند روند و سرعت تغییرات را متوقف کند و با از دست دادن بهره‌وری درونی و اثربخشی بیرونی، موجبات نارضایتی اجتماعی و بی‌اعتمادی شهروندان را مهیا می‌سازد.

بر اساس آنچه گفته شد، شهرداری تهران در هشت سال گذشته کوشیده تا جایگاهی درخور برای مطالعات اجتماعی و فرهنگی قائل شود، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی پروژه‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های شهری را ارزیابی و در رویه و محتوای مدیریت شهری لحاظ کند و از تولید دانش مرتبط با فرهنگ حمایت به عمل آورد. همایش ماتریس فرهنگی شهر تهران نیز قطعه‌ای دیگر از اقدامات مدیریت شهری برای گره خوردن نخبگان علمی و عملی حوزه فرهنگی با شهرداری است تا بنیان‌های نظری و عملی حیات فرهنگی شهر و مدیریت متناسب با آن مورد کاوش قرار گیرد و بر اساس ضرورت‌های شهر و بضاعت‌های مدیریت شهری، راه‌های نوینی پیش روی شهر، شهرداری و شهروندان بگشاید.

نتایج حاصله از همایش ماتریس فرهنگی باید توجه به وجوه غیر فنی و اقتصادی شهر را پررنگ سازد و دشواری‌های شهرداری در مواجهه با آن‌ها را بازنمایی کند تا از این راه نوعی فرهنگ‌سازی در جامعه شهری و به‌ویژه در میان مدیران ارشد فرهنگی ایجاد کند تا شهر را موجودی زنده، فرهنگی و اجتماعی و دارای حیاتی ارگانیک ببینند؛ از این رو امیدوارم این همایش، در جایگاه پیونددهنده دانشگاه و مدیریت شهری قرار باشد تا فرهنگ، مدیریت فرهنگی کلان‌شهر تهران و ابعاد مهم ماتریس فرهنگی شهر تهران را در نسبت با یکدیگر تعریف کرده، وضع موجود و وابسته‌های نسبت میان این عناصر را موشکافی نموده و راهبردهایی علمی و کارآمد برای پیشرفت همراه با عدالت در کلان‌شهر تهران در چهارچوب الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت ارائه کند.

و ما توفیقی إلا بالله علیه توکلت و إليه انیب

محمدباقر قالیباف

مقدمه

مدیریت استراتژیک فرهنگی (ماتریس فرهنگی) به معنای آگاهی همه‌جانبه از تغییر و تحولات محیط فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، منطقه‌ای و بین‌المللی با رویکرد آینده‌نگر به منظور تدوین، طراحی، مدل‌سازی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جامع فرهنگی (با درک واقعیت‌ها، محدودیت‌ها و منابع موجود) جهت نیل به اهداف و آرمان‌های نظام فرهنگی است. اساساً مدیریت استراتژیک فرهنگی با هدف شناخت نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای محیط درونی و بیرونی، چون چراغی روشن مسیر و جهت استراتژی‌های فرهنگی را به ما می‌آموزد؛ ضمن آنکه به انسجام، کارآمدی و اثربخشی‌های میان اجزای نظام فرهنگی نیز منجر خواهد شد. به عبارت دیگر، مدیریت استراتژیک فرهنگی میان آرمان‌ها و چشم‌انداز با نهادهای سیاست‌گذاری، ساختارها، مدیریت، برنامه‌ریزی، عملکرد و نظارت و ارزشیابی انسجام درونی و بیرونی تعادل ایجاد کرده و آنها را به صورت یک اندام هارمونیک در جهت اهداف و آرمان‌های معین سوق می‌دهد.

اساساً مفهوم ماتریس به معنای نظام برنامه‌ریزی مبتنی بر نوعی نظام تقسیم کار، تفکیک وظایف، تخصیص کارکردها، توزیع مسئولیت‌ها و ایجاد هماهنگی میان مجموعه‌ای از دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط با یک

فعالیت به کار برده می‌شود. از این منظر، مفهوم ماتریس فرهنگی به معنای نظام برنامه‌ریزی فرهنگی مبتنی بر نوعی نظام تقسیم کار، تفکیک وظایف، تخصیص کارکردها، توزیع مسئولیت‌ها و ایجاد هماهنگی بین مجموعه‌ای از دستگاه‌ها، و نهادهای ذی‌ربط، با انجام یک فعالیت فرهنگی به کار برده می‌شود. همچنین ایجاد پیوند میان ابعاد و جوانب متعدد در یک فعالیت فرهنگی خاص، به‌طوری‌که بتوان تمامی زمینه‌ها، ابزارها و وسایل اهداف و مقاصد را در نظر گرفت، از ابعاد دیگر ماتریس فرهنگی است.

در ماتریس، شبکه تعاملات و ارتباطات متقابل دولت، سازمان‌های غیردولتی، بخش خصوصی، سازمان‌های فرهنگی، نهادها و گروه‌های اجتماعی، رسانه‌ها، بنگاه‌های کوچک، سازمان‌های درون‌شهری و غیره برقرار می‌شود و بین آنها رابطه‌ای افقی (یا شبکه‌ای) به وجود می‌آید؛ به سخن دیگر، ماتریس فرهنگی نوعی رویکرد یا نگاه جامع، منسجم، یکپارچه و هدف‌مند به فعالیت فرهنگی است. به این ترتیب ماتریس فرهنگی به معنای تلاش برای همبستگی و استحکام‌بخشی^۱، هم‌آیندی، پیوند و ربط‌دهی بین ابعاد محتوای فعالیت فرهنگی از یک سو و جلب مشارکت، همکاری^۲ و هماهنگی^۳ نهادها و سازمان‌های فعال و دخیل در یک موضوع یا فعالیت (یا دارای پتانسیل و ظرفیت فعالیت فرهنگی) است.

از این منظر، هرگونه برنامه‌ریزی باید بر اساس هدف‌های بلندمدت در چهارچوب خواسته‌های کلی طراحی و تدوین شوند؛ چراکه تغییرات فرهنگی و اثربخشی برنامه‌ریزی فرهنگی، کارکردی بلندمدتی دارد که

-
1. Integrating
 2. Cooperation
 3. Coordination

باید به صورت برنامه‌های پنج یا ده ساله برنامه‌ریزی شود و زمان‌بندی آن نیز بر اساس منطقی خاص باشد.

به نظر می‌رسد اغلب برنامه‌ها در این حوزه، تاکنون سلیقه‌ای بوده و با تغییراتی از جمله تغییر یک مدیر، همه‌چیز تغییر می‌کند؛ امری که کاملاً اشتباه و خلاف ذات و اصل کار فرهنگی است. به همین دلیل، تصمیم‌های اتخاذشده، اغلب زودگذر و موقتی هستند و در نهایت منجر به نتیجه مطلوب نخواهند شد. درحالی‌که هدف‌های بلندمدت در چهارچوب خواسته‌های کلی طراحی و تدوین می‌شوند که برای رسیدن به این اهداف یک یا چند هدف میان‌مدت تعیین می‌شود. برای دستیابی به اهداف میان‌مدت نیز مجموعه‌ای از هدف‌های عملیاتی یا کوتاه‌مدت مشخص می‌شود. در چنین شرایطی، سازمان‌های فرهنگی برای بقای خود نیازمند تعریف اهداف بلندمدت و تعیین فرایندها و فعالیت‌های مورد نیاز برای نیل به اهداف خرد و نظام برنامه‌ریزی فرهنگی هستند. یکی از اجزای نظام برنامه‌ریزی فرهنگی که شاید بتوان آن را وظیفه اصلی یک مدیر برنامه‌ریز برشمرد، طرح‌ریزی بلندمدت سازمانی و یا به عبارت دیگر، مدیریت استراتژیک فرهنگی است.

در این راستا، یکی از مهم‌ترین نهادهای مؤثر و پیش‌رو در طراحی و برنامه‌ریزی ماتریس فرهنگی شهر تهران در سال‌های اخیر، شهرداری تهران بوده که نقش برجسته‌ای در طراحی و اجرایی کردن این ایده داشته است. بر این اساس، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران با تأکید و تمرکز بر این مفهوم و به منظور تجمیع ادبیات و تشویق پژوهشگران و محققان علاقه‌مند، از چندی پیش تمهیدات لازم را برای برگزاری همایشی علمی با همین عنوان اندیشیدند که با هدایت و پشتیبانی مستمر مجموعه شهرداری تهران مجموعه مقالات این همایش

آماده انتشار شده است.

آنچه به عنوان پرسش‌های اساسی و محوری دست‌اندرکاران همایش مطرح شده عبارتند از: نظام برنامه‌ریزی فرهنگی شهر تهران چگونه باید باشد؟ موانع و چالش‌های نظام برنامه‌ریزی فرهنگی شهر تهران کدامند؟ و در نهایت راهکارهای رسیدن به نظام برنامه‌ریزی جامع فرهنگی در تهران کدامند؟

از آنجا که ادبیات پیرامون مسائل ماتریس فرهنگی ناچیز است، لذا تصمیم دست‌اندرکاران بر آن شد تا از طریق برگزاری همایش و سفارش مقالات تخصصی، توجه محققان عرصه ماتریس فرهنگی به این حوزه جلب شود. البته در کنار این گونه تأملات به نظر می‌رسید با برگزاری این همایش توجه جمع کثیری از محققان علوم اجتماعی و مطالعات فرهنگی به این حوزه مبدول خواهد شد. با این حال، دست‌اندرکاران امیدوار بوده و هستند که با برگزاری این همایش گام هرچند مختصری برای تعمق و توسعه مطالعات آینده در حوزه علوم اجتماعی و نیز مطالعات استراتژیک فرهنگی و اجتماعی برداشته باشند.

برگزاری و تدوین این اثر جز با حمایت مستمر آقایان ایازی، محکی، مصطفوی، عماری، شاهانی، بهلول، حسینی شریفی، ضمیری، خانم مرتجایی و سایر دوستان میسر نبوده که لازم می‌دانم از تلاش و توجه ایشان قدردانی نمایم. همچنین از اعضای کمیته علمی همایش، داوران مقالات و نویسندگانی که با ارسال آثار و مقالات خود بر غنای این مجموعه افزودند، سپاسگزاری می‌نمایم.

سید رضا صالحی امیری

دبیر علمی همایش